

Р Е Ш Е Н И Е по делу № 52

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии – <...> – исполняющего обязанности руководителя управления и членов Комиссии – <...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <...> – специалиста 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы,

в отсутствие надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: - Индивидуального предпринимателя <...>

протокол вел <...> - ведущий специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы,

рассмотрев дело № 52 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем Кочкиной А.В. <...> статьи 9, части 7 статьи 24 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением участниками рекламной деятельности обязательных требований ФЗ «О рекламе» должностными лицами Кировского УФАС России был установлен факт размещения рекламы магазина «Люкс Оптика» на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Воровского, д. 133, следующего содержания «Линзы ZEISS. Консультация врача бесплатно. Изготовление очков за 1 час. Солнцезащитные очки. Контактные линзы. Информация сопровождается изображением женщины, которая держит на ладони очки». Кроме того на фасаде здания размещается следующая информация: «Люкс оптика. Живите красиво в красивых очках. ОПТИКА. Контактные линзы».

Также на двери магазина представлена следующая информация: «Невероятно. АКЦИЯ! При заказе вторых очков ОПРАВА в ПОДАРОК. В акции участвуют оправы, отмеченные красным ценником. При условии оформления заказа с линзами стоимостью не менее стоимости оправы. Количество товара по акции ограничено».

В силу части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, которое должно составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Спорная реклама медицинской техники и медицинских услуг не содержит предупреждений, предусмотренных [частью 7 статьи 24](#) ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в соответствии со [статьей 9](#) ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Реклама «Невероятно. АКЦИЯ! При заказе вторых очков ОПРАВА в ПОДАРОК.....», размещенная на двери магазина нарушает требования [статьи 9](#) Закона, поскольку не содержит сведений о сроках проведения названного мероприятия, источнике информации об организаторе такого мероприятия.

На основании статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение статьи 9, части 7 статьи 24 Закона несет как рекламодатель, так и рекламодатель-распространитель.

Согласно разрешению на установку рекламной конструкции на территории муниципального образования «Город Киров» № 4061 от 09.07.2009 года, рекламная конструкция, размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Воровского, 133 (10), принадлежит индивидуальному предпринимателю Кочкиной А.В. (юридический адрес: 610011, г. Киров, ул. Северная Набережная, д. 15/1 кв.23).

Так как в действиях рекламодателя индивидуального предпринимателя <...> содержатся признаки нарушения рекламного законодательства (статья 9, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе»), в отношении данного хозяйствующего субъекта было возбуждено производство по делу.

На заседание Комиссии ИП <...> не явилась. До заседания Комиссии представлены письменные пояснения, а также ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие, в связи с невозможностью присутствовать на заседании.

Согласно пояснениям, ИП <...> факт нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе признает, нарушение будет устранено. В отношении нарушения статьи 9 ФЗ «О рекламе», относительно проведения акции «Оправа в подарок», поясняет следующее. Сроки проведения акции были определены с момента появления данной рекламы 01.02.2012 г и до полной реализации оправ, участвующих в акции. Информация об акции была расположена на двери магазина «Люкс оптика», тем самым указывая на организатора акции. В каждом магазине любой покупатель мог ознакомиться с положением об акции.

Изучив имеющиеся документы, Комиссия установила, что ИП <...> как рекламодателем, нарушена статья 9, часть 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу

лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация «Линзы ZEISS. Консультация врача бесплатно. Изготовление очков за 1 час. Солнцезащитные очки. Контактные линзы. Информация сопровождается изображением женщины, которая держит на ладони очки», «Люкс оптика. Живите красиво в красивых очках. ОПТИКА. Контактные линзы» и «Невероятно. АКЦИЯ! При заказе вторых очков ОПРАВА в ПОДАРОК.....», соответствует требованиям статьи 3 ФЗ «О рекламе» и является рекламой.

В силу ч. 1 ст. 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

Согласно Общероссийскому классификатору продукции ОК 005-93 (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 30.12.1993 № 301, с изм. от 24.05.2010) – очки отнесены к медицинской технике (код 94 4260).

Кроме того данный классификатор также относит к медицинской технике линзы для коррекции зрения (код 94 8000, которые подразделяются на:

-линзы для коррекции зрения очковые (коды с 94 8100 по 94 8868 и 94 8890);

-линзы для коррекции зрения контактные мягкие (код 94 8870);

-линзы для коррекции зрения контактные жесткие (код 94 8880).

Контактная коррекция зрения – это применение контактных линз. Контактная линза – прозрачная пленка или пластинка, изготовленная из различных полимеров, которая надевается непосредственно на роговицу. Классификация контактных линз – жесткие и мягкие. Контактные линзы подбирает офтальмолог.

Противопоказания к ношению контактных линз могут быть сугубо индивидуальными, но есть перечень некоторых глазных заболеваний, при которых линзы противопоказаны полностью или временно:

-хроническая аллергия глаз;

-пониженная чувствительность роговицы;

-острое воспаление переднего сегмента;

-птоз – опущение верхнего века;

-инфекционные заболевания глаз;

- кератит-воспаление роговицы;
- блефарит-воспаление краев век;
- конъюнктивит- воспаление конъюнктивы;
- нарушение состава слезной жидкости;
- непроходимость слезных путей;
- дакриоцистит- воспаление слезного мешка;
- ксерофтальмия- сухость конъюнктивы и роговицы,

Учитывая изложенное, контактная коррекция зрения имеет противопоказания.

В силу части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, которое должно составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Целью размещения в рекламе предупредительной информации, является обеспечение надлежащей эксплуатации медицинской техники.

Таким образом, рекламная информация, размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Воровского, 133, не содержала необходимое предупреждение, которое является обязательным в силу части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в соответствии со [статьей 9](#) ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Таким образом, в данной статье Закона о рекламе, в качестве отдельного объекта, к рекламе которого установлены специальные требования, выделено стимулирующее мероприятие – стимулирующая лотерея, конкурс, игра, иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара.

Реклама «Невероятно. АКЦИЯ! При заказе вторых очков ОПРАВА в ПОДАРОК.....», размещенная на двери магазина, нарушила положения статьи 9 ФЗ «О рекламе», поскольку не содержала сведений о сроках проведения названного мероприятия, источнике информации об организаторе указанного мероприятия.

На основании статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение статьи 9, части 7 статьи 24 Закона несет как рекламодатель, так и

рекламораспространитель.

Согласно разрешению на установку рекламной конструкции на территории муниципального образования «Город Киров» № 4061 от 09.07.2009 года, рекламораспространителем рекламы на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Воровского, 133 (10), является индивидуальный предприниматель <...>

Комиссия считает, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламодалателя и рекламораспространителя индивидуального предпринимателя <...>

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения нет документального подтверждения, что нарушение рекламного законодательства устранено, Комиссия решила выдать предписание об устранении нарушения.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодалателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях индивидуальный предприниматель <...> несет ответственность как должностное лицо, в случае совершения ей административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь ИП <...> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 9, ст. 24, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания:

-«Линзы ZEISS. Консультация врача бесплатно. Изготовление очков за 1 час. Солнцезащитные очки. Контактные линзы. Информация сопровождается изображением женщины, которая держит на ладони очки», «Люкс оптика. Живите красиво в красивых очках. ОПТИКА. Контактные линзы» размещенную на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Воровского, д. 133 и «Невероятно. АКЦИЯ! При заказе вторых очков ОПРАВА в ПОДАРОК. В акции участвуют оправы, отмеченные красным ценником. При условии оформления заказа с линзами стоимостью не менее стоимости оправы. Количество товара по акции ограничено», размещенную на двери магазина по адресу: г. Киров, ул. Воровского, д. 133, так как она противоречит требованиям статьи 9, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2.Признать индивидуального предпринимателя <...> нарушившей статью 9, часть 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

3.Выдать индивидуальному предпринимателю <...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4.Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении индивидуального предпринимателя <...>

Решение изготовлено в полном объеме 21 мая 2012 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

от "04" мая 2012 года

№ 25

ПРЕД П И С А Н И Е

о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии – <...> членов Комиссии – <...> на основании своего решения от 04 мая 2012 года по делу № 52 (изготовлено в полном объеме 21.05.2012) по нарушению индивидуальным предпринимателем <...> статьи 9, части 7 статьи 24 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ,

ПРЕД П И С Ы В А Е Т:

Индивидуальному предпринимателю <...> **в пятидневный срок с момента получения предписания** прекратить нарушение статьи 9 и части 7 статьи 24 Федерального закона РФ «О рекламе», а именно:

1.В рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи «Невероятно. АКЦИЯ! При заказе вторых очков ОПРАВА в ПОДАРОК. В акции участвуют оправы, отмеченные красным ценником. При условии оформления заказа с линзами стоимостью не менее стоимости оправы. Количество товара по акции ограничено»,

условием участия которой является приобретение определенного товара, указать срок проведения мероприятия, источник информации о его организаторе или прекратить ее размещение.

2. Рекламу контактных линз, являющихся медицинской техникой, сопровождать необходимым предупреждением, в размере не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства) или прекратить ее размещение.

Информацию об исполнении представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в срок **до 1 июня 2012 года**.

В случае неисполнения предписания в соответствии с п. 2.4 ст. 19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность в виде штрафа: на должностных лиц от двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.